

Economisch-Statistische Berichten

ALGEMEEN WEEKBLAD VOOR HANDEL, NIJVERHEID, FINANCIËN EN VERKEER

27^E JAARGANG

WOENSDAG 29 APRIL 1942

No. 1371

N.V.
Stoomvaart-Mij. „Nederland”
Amsterdam



N.V.
Rotterdamsche Lloyd
Rotterdam



DE BELEGGINGEN DER BIJZONDERE SPAARBANKEN IN NEDERLAND

door

Dr. J. R. A. BUNING32ste Publicatie van het Neder-
landsch Economisch Instituut.**PRIJS f 3.65***(Prijs voor donateurs en leden
van het N. E. I. f 2.75)

Verkrijgbaar in den Boekhandel

Uitgave: De Erven

F. BOHN N.V., HAARLEM


ROTTERDAMSCH BANKVEREENIGING

ROTTERDAM-AMSTERDAM-5 GRAVENHAGE

KAPITAAL EN RESERVE
f 62.000.000**SAFE LOKETTEN**
TER BERGING VAN WAARDEN

150 KANTOREN IN NEDERLAND

Openbare werken en Conjunctuurbeweging

door **Dr. Ir. A. Baars****PRIJS f 2.10***Prijs voor donateurs en leden
van het N. E. I. f 1.50.*In den boekhandel verkrijgbaar*
**UITGAVE: DE ERVEN
F. BOHN N.V., HAARLEM**

*Ter vervanging van haar door brand verloren gegaan voorraad nummers van
Economisch-Statistische Berichten en Economisch-Statistisch Maandbericht
van den jaargang 1940, zou de redactie het zeer opprijs stellen, indien de
lezers, die hun exemplaren kunnen missen, deze aan haar zouden willen afstaan.*

AMSTERDAMSCH BANK N.V. AMSTERDAM

**Open bewaarneming van
effecten**

**Adviezen voor belegging
Uitvoering van beursorders**

R. Mees & Zoonen

No. 1730

BANKIERS EN ASSURANTIE-MAKELAARS

ROTTERDAM
AMSTERDAM (Ass.)
5. GRAVENHAGE
DELFT - SCHIEDAM
VLAARDINGEN



BEHANDELING VAN ALLE
BANKZAKEN

BEZORGING VAN ALLE
ASSURANTIËN



VERLIESPOSTEN-VOORKOMEND-SYSTEEM

BESTAANDE UIT VIER DIENSTEN

Deze tijd is rijk aan veranderingen. Laat daarom Uw onbetaald gebleven oude posten inschrijven bij

DIENST IV VAN HET V.V.S.

VAN DER GRAAF & Co. N.V.
AMSTERDAM C. — AMSTELSTRAAT 14-18

Diesel-, Stoom- en Electriche Machine-installaties

Voor onmiddellijke of latere koop worden gevraagd:

1. Volledige stroomopwekkende installaties voor draaistroom 380/220 Volt; Vermogen 400 kVA.
2. Afzonderlijke dieselmotoren, stoommachines, electromotoren, electrogeneratoren; spanning en vermogen als boven.

De machines moeten geheel in bedrijfsvaardigen staat zijn, in goeden toestand en niet ouder dan 10—15 jaar.

Uitvoerige aanbiedingen, met opgave van plaats waar te bezichtigen, te richten aan den

Bahnbevollmächtigten der Deutschen Reichsbahn bei den Niederländischen Eisenbahnen te Utrecht, Catharijnesingel HGB III.

De Naamlooze Vennootschap

Maandblad voor den Ondernemingsvorm en het Bedrijfswezen in Nederland en Nederlandsch-Indië

Inhoud April-aflevering 1942 — No. 1. Jrg. 21

Belastingheffing van schijnvoordeelen H. J. Hofstra

Overzicht van de nieuwste sociale wetgeving II
Mr. J. J. M. van der Ven

Uitdeelingen ten laste van de overgangsreserve
Mr. Dr. E. Tekenbroek

Winstbelasting en pensioenplannen (Een overzicht)
Tj. S. Visser

Deelgerechtigheid en Herkapitalisatie Mr. N. Okma

Abonnementsprijs f 10.50 per jaar. — Losse afleveringen f 1.—

Uitgave: H. v. d. Marck's Uitgevers Maatschappij N.V. ROERMOND

POSTREKENING 61631

KONINKLIJKE NEDERLANDSCHE BOEKDRUKKERIJ
H. A. M. ROELANTS — SCHIEDAM

Onze speciale afdeling: Drukwerk voor contrôle én administratie, levert alle voorkomend drukwerk op dit gebied concurrerend, snel en accuraat.

Uitgifte-apparaten in groote verscheidenheid van werkwijze en capaciteit naar de behoeften van elk bedrijf. Onze terzake-kundige staf is te allen tijde voor gratis advies te Uwer beschikking.

Tel. 69300
(3 lijnen)

Laat Uw JAARGANG

inbinden!

Stort f 0.75 op giro 5858 ten name van H. A. M. Roelants, Schiedam met vermelding: Band E.-S. B. 1941 en U ontvangt, zodra de oplaag gereed is, franco per post Uw band toegezonden.

Bij franco opzending van Uw jaargang aan

**H. A. M. ROELANTS
SCHIEDAM**

onder gelijktijdige storting van f 2.40 op giro 5858, ontvangt U, zodra de banden gereed zijn, Uw Jaargang keurig gebonden, franco huis-terug.

(Uitvoering van den band linnen rug, verder stevig beplakt bord)

Derde Gewijzigde Druk

van

Egalisatiefondsen en Monetaire Politiek in Engeland, Nederland en de Vereenigde Staten

door

Prof. Dr. H. M. H. A. van der Valk

30ste Publicatie van het Nederlandsch Economisch Instituut.

Prijs f 2.10*

(Prijs voor donateurs en leden van het N. E. I. f 1.50)

Verkrijgbaar in den Boekhandel

Uitgave: De Erven

F. BOHN N.V., HAARLEM

Economisch-Statistische Berichten

ALGEMEEN WEEKBLAD VOOR HANDEL, NIJVERHEID, FINANCIËN EN VERKEER

UITGAVE VAN HET NEDERLANDSCH ECONOMISCH INSTITUUT

27^E JAARGANG

WOENSDAG 29 APRIL 1942

No. 1371

HOOFDREDACTEUR:

M. F. J. Cool (Rotterdam).

PLAATSVERVANGEND HOOFDREDACTEUR:

H. W. Lambers (Zwartewaal).

Redactie en administratie: Pieter de Hoochweg 122, R'dam-W.

Aangeteekende stukken: Bijkantoor Ruigeplaatweg.

Telefoon Nr. 35000. Postrekening 8408.

Abonnementsprijs voor het weekblad, waarin tijdelijk is opgenomen het Economisch-Statistisch Maandbericht, franco p. p. in Nederland f 20.85* per jaar. Buitenland en koloniën f 23.— per jaar. Abonnementen kunnen, met elk nummer ingaan en slechts worden beëindigd per ultimo van elk kalenderjaar. Losse nummers 50 cent. Donateurs en leden van het Nederlandsch Economisch Instituut ontvangen het weekblad gratis en genieten een reductie op de verdere publicaties. Adreswijzigingen op te geven aan de administratie.

Advertenties voorpagina f 0.28 per mm. Andere pagina's f 0.22 per mm. Plaatsing bij abonnement volgens tarief.

INHOUD:

	Blz.
Collectieve reclame door B. M. Smeets	188
Commercieele balans en fiscale balans door A. C. Burgersdijk	190
Obligaties van commanditaire vennootschappen door Mr. A. Schadee	192
Overheidsmaatregelen op economisch gebied	194
Statistieken	
Bankstaten	195

GELD- EN KAPITAALMARKT.

De geldmarkt heeft geen stof tot bijzonder commentaar opgeleverd, zulks geheel overeenkomstig de verwachting, die wij in ons vorig overzicht hebben uitgesproken. Zoolang nog een omvangrijk bedrag aan schatkistpapier bij de centrale bank direct is ondergebracht, is de voornaamste mutatie, die kan worden voorzien, een geleidelijke overheveling daarvan naar de open markt, een proces, zooals dat zich ook in den loop van het vorige jaar heeft afgespeeld en dat toen in November is geëindigd ter gelegenheid van de storting op de nieuwe 3½-pCt. leening 1941 met een algeheele onafhankelijkheid van de Schatkist van de centrale bank. Naarmate de stijging van de buitenlandse wisselportefeuille nu weer meer middelen aan de markt zal toevoeren dan noodig zijn voor de dekking van de stijging van de behoefte aan bankpapier, kan hetzelfde proces van omschakeling der wisselinstanciering reeds de open markt zich ook nu weer manifesteeren. Neer is in de vorige week het bedrag rechtstreeks ondergebracht schatkistpapier met 30 miljoen gulden verminderd; deze week daarentegen is, ondanks de stijging van de buitenlandse wisselportefeuille met f 24,6 miljoen, het bij de bank ondergebrachte schatkistpapier nog gestegen met f 19 miljoen, hetgeen in verband moet worden gebracht met de stijging van de „saldi van anderen” met f 31 miljoen.

De obligatiemarkt heeft deze week uitermate weinig fluctuaties vertoond. De omzetten waren niet groot en er zijn geen duidelijke tendenzen waarneembaar. De markt verkeert natuurlijk nog steeds in afwachting van een nieuwe leening, hetzij voor conversie, hetzij voor consolidatie, maar de discussies over dat onderwerp, voor eenige weken nog zoo levendig, zijn weer verflauwd. Inmiddels blijft de markt vrij onbewogen; noch de vraag, noch het aanbod zijn bijzonder omvangrijk, terwijl het koerspeil aan slechts geringe wijziging onderhevig is.

De aandelenmarkt was tot de laatste dagen der week weinig geanimeerd. De omzetten waren uitermate gering, het aantal tot stand gekomen noteringen was eveneens klein; fluctuaties van betekenis kwamen niet voor. In de laatste dagen der week echter was er een plotselinge opleving te constateeren, die vooral overzeesche fondsen, en wel speciaal de hoofdfondsen, betrof en een noemenswaardige koersstijging teweeg bracht. Een duidelijke oorzaak voor die plotselinge koersbeweging was niet te vinden, doch over het algemeen was men van meening, dat de aanleiding moest worden gezocht in dekking van contramissies. Het was bekend, dat reeds sedert maanden in verschillende dezer waarden omvangrijke baisseposities openstonden, waardoor de levering in dergelijk materiaal abnormaal lang traineerde. Het bestaan van omvangrijke baisseposities is natuurlijk steeds een belangrijke latente steun voor de markt en het is niet steeds gemakkelijk aan te geven, waarom op een gegeven moment plotseling de golf tot dekking van die posities een aanvang neemt. Het is geenszins een axioma, dat insinuatie tot levering door koopers daarvoor de directe aanleiding moet zijn.

De genoemde opwaartsche koersbeweging beperkte zich tot de Indische en overzeesche waarden, binnenlandsche industrie-aandeelen waren hier en daar eerder lager, in verband ook met tegenvallende dividendaankondigingen.

COLLECTIEVE RECLAME.

Inleiding.

Meer en meer wint na de periode van individualisme in het economisch leven het principe der samenwerking veld, samenwerking tusschen bedrijfsleven en Overheid, maar ook samenwerking tusschen overigens concurrerende ondernemingen. Gemeenschappelijke behartiging van gemeenschappelijke belangen, deze gedachte past geheel in de richting, waarin ons maatschappelijk leven zich de laatste tientallen jaren aan het ontwikkelen is, een ontwikkeling, die onder de huidige bijzondere omstandigheden, waarin ons land verkeert, nog eens een zeer krachtigen 'stoot' ondervindt.

Ook op het terrein der reclame is het bedrijfsleven in de afgelopen decennia meer dan vroeger gekomen tot de gemeenschappelijke behartiging van gemeenschappelijke belangen, welke hoofdzakelijk haar uitdrukking heeft gevonden in de toepassing van de zgn. *collectieve reclame*, een toepassing, die in ons land tot dusver minder intensief heeft plaats gevonden dan in vele andere landen.

Alvorens nader op het wezen der collectieve reclame in te gaan, willen wij eerst enkele bekende voorbeelden daarvan noemen ter nadere aanduiding van het onderwerp. Collectieve reclame-campagnes werden in ons land gevoerd o.m. voor Nederlandsch fabrikaat (Koopt Nederlandsche waar, dan helpen wij elkaar), ten behoeve van koopen in het geteisterd Rotterdam (Jaagt wind in de zeilen, besteedt uw geld in eigen stad) en koopen bij den middenstand (Kopen bij den middenstand, brengt welvaart in stad en land); daarnaast ook voor bepaalde producten, zoals thee (Thee doet je goed!), klinkerwegen (Klinkerwegen... veilige wegen), boeken (de bekende boekenweken), zuivelartikelen (Voedt U goed).

Opgemerkt zij verder nog, dat men bij deze propaganda in hoofdzaak dezelfde hulpmiddelen aanwendt, die ook in de individueele reclame plegen te worden gebruikt.

Wat is nu het eigenaardige van dezen vorm van reclame? Welke soorten van collectieve reclame doen zich voor? Wat zijn de er aan verbonden vóór- en nadeelen voor het bedrijfsleven en waar liggen de grenzen van zijn toepassing? Wat zijn de toekomstmogelijkheden? Dit zijn voor de hand liggende vragen, waarvan de beantwoording voor ons bedrijfsleven niet zonder belang is. Zulks weliswaar in mindere mate in den huidige tijd, nu bij de meeste artikelen-groepen zeker geen behoefte bestaat aan stimuleering van den verkoop. Toch zien wij, dat bijv. een aantal fabrikanten van kunsthoning voor gemeenschappelijke rekening advertenties voor dit product plaatsten en, om een voorbeeld op ander gebied te noemen, dat de gezamenlijke inktfabrikanten hun wederverkopers plakaten verstrekken met de tot het publiek gerichte opwekking leege inktfleschjes weer in te leveren. Wat dit laatste voorbeeld betreft, wij kunnen ons voorstellen, dat het zin zou hebben, wanneer ook fabrikanten van andere artikelen, die slechts in flesschen of glazen potjes kunnen worden verpakt, veel meer dan tot op heden geschiedt, van collectieve reclame gebruik zouden maken om het publiek op te wekken het in zijn bezit zijnde glaswerk bij de winkeliers in te leveren, al komt dit dan ook slechts op een indirecte levering van den verkoop neer¹⁾. Hetzelfde geldt, in breeder verband, voor alle fabrikanten van artikelen, waarvoor het verpakkingsmateriaal schaarscher wordt, zoodat herhaald gebruik van dit materiaal gewenscht is.

In meer normale tijden zal de collectieve reclame echter ook ongetwijfeld haar plaats weer in sterker mate innemen

¹⁾ De op initiatief van en door den Economischen Voorlichtingsdienst, dus de Overheid, gevoerde collectieve campagnes voor de inlevering van leege tubes en kroonkurken gaan ook in deze richting. Zij zijn echter, hoewel de belanghebbende fabrikanten een belangrijk aandeel in de kosten bijdragen, niet als collectieve campagnes te beschouwen in de beteekenis, die wij aan dat woord zouden willen hechten.

voor rechtstreeksche stimuleering van den verkoop en zich waarschijnlijk nog weten uit te breiden als middel tot opvoeding van het consumerend publiek. Wij komen hierop in den loop van deze beschouwing nog terug. Inmiddels zijn de gebruikte voorbeelden uiteraard in hoofdzaak ontleend aan de vooroorlogse jaren.

Het wezen der collectieve reclame.

Het doorsnee-verkoopsproces — verschillende schrijvers wezen daarop zeer terecht — is, schematisch bezien, samengesteld uit een reeks acties met het doel den toekomstigen koper tot de koophandeling te bewegen. De voornaamste dezer acties zijn de volgende:

In de eerste plaats dient men den aanstaanden koper bewust te maken van zijn behoefte aan het artikel. Hierbij gaat het dus vooral om het opwekken van de bewuste behoefte aan het goed als soort.

Ten tweede dient men hem duidelijk te maken, op welke wijze en met welke waren, resp. diensten, hij in deze behoefte kan voorzien.

Ten derde, en hier komt de onderlinge concurrentie tusschen de verschillende ondernemingen te voorschijn, dient men de aandacht van den aspirant-koper te vestigen op naam en adres van den verkooper.

En ten slotte zal de aanbieder pogen den candidaat-koper op allerlei manieren bij te brengen, dat juist wat door hem wordt verkocht, of de wijze waarop hij verkoopt, de voorkeur verdient boven hetgeen de concurrenten bieden.

Passen wij dit toe op een bepaald geval, dan blijkt, dat elke verkooper voor zich en op eigen gelegenheid het koopend publiek bewerkt in deze vier richtingen. Elke uitgever of boekhandelaar bijv. wil het publiek er toe brengen zijn vrijen tijd in meerdere mate door te brengen met het kennisnemen van de op schrift gestelde gedachten van anderen. Zij verkondigen, dat men zulks kan bereiken door het koopen van boeken.

Dit zijn de eerste twee acties uit bovengenoemde reeks. Wij zien, dat de belangen van de verschillende concurrerende verkoopters tot zoover parallel loopen, dat zij precies hetzelfde beoogen. Zelfs kan een sterk den nadruk leggen op deze eerste twee fasen van het verkoopsproces er toe leiden, dat men reclame maakt voor de concurrenten op een wijze, die van privaat-economisch standpunt bezien niet meer te verantwoorden is.

Bij de bovenaangeduide derde en vierde fase loopen de wegen der verschillende verkoopters uiteen en poogt een ieder de vruchten te plukken van de eerder verrichte beïnvloeding, die een meer voorbereidend karakter had. Intusschen is het een voor de hand liggende gedachte, tot aan dat scheidingspunt samen te werken, teneinde door deze samenwerking het effect der reclame te verhoogen en de kosten te drukken. Wij zien deze samenwerking, deze collectieve reclame, dan ook in de practijk optreden, waarbij uiteraard het bovenstaande schema, dat echter o.i. in het algemeen zeer verhelderend werkt, niet steeds geheel valt toe te passen. Wel is dit bijv. het geval bij de propaganda voor thee, klinkerwegen, boeken, stokvisch, enz. Niet geheel bij enkele andere voorbeelden, waarbij echter wel altijd aan een *gemeenschappelijk element in het beïnvloedingsproces van den koper* aandacht wordt besteed. Zoo willen middenstanders gezamenlijk het publiek overtuigen van de wenschelijkheid in middenstandszaken te koopen, waarna elke winkelier afzonderlijk op de voortreffelijkheid van zijn assortiment en „service” kan wijzen. Zoo bereiken de winkeliers van een bepaalde straat door het organiseren van een winkelweek, dat veel publiek in die straat komt, waarna de étalages der individueele winkeliers de rest moeten doen.

Aldus blijft derhalve individueele reclame naast de voorbereidende collectieve propaganda (welke in den regel geen namen en adressen van afzonderlijke verkoopters

vermeldt) haar functie wel degelijk behouden, al zal zij soms wellicht een minder intensief, althans een eenigszins ander, karakter kunnen gaan dragen, daar zij ontslagen wordt van een gedeelte, nl. het verbruikstimuleerende, van haar taak.

Op grond van het bovenstaande meenen wij thans collectieve reclame het best te kunnen aanduiden als: *de gemeenschappelijke reclame door een groep belanghebbenden, wier namen in den regel in deze reclame niet worden genoemd, ten behoeve van een of meer belangen, die zij allen gemeen hebben* ²⁾.

Wij wijzen er hierbij ter vermindering van misverstand nog op, dat propaganda gefinancierd door en uitgevoerd op initiatief van de Overheid buiten het begrip collectieve reclame zal worden gehouden, al vertoont zij groote overeenkomst en al ontleent zij haar reden van bestaan aan dezelfde oorzaken als collectieve reclame. Op de mogelijkheid van een samengaan van bewuste beïnvloeding van de nationale consumptie en collectieve reclame komen wij nader terug.

Soorten collectieve reclame.

Zonder ons voor te stellen een volkomen sluitende indeeling te geven, meenen wij, dat men in hoofdzaak drie soorten collectieve reclame kan waarnemen, nl.:

Collectieve reclame voor goederen of diensten (dan wel voor groepen daarvan), in of door een bepaald bedrijfstak uitgebracht, resp. aangeboden;

Collectieve reclame voor bepaalde distributie-systemen, resp. wijzen van vervaardiging of verhandeling;

Collectieve reclame voor goederen, die in een bepaald geografisch gebied (straat, plaats, district of land) worden geproduceerd dan wel verkocht.

Van elk dezer soorten ³⁾ willen wij hier enkele voorbeelden geven.

Allereerst komen wij dan op de *propaganda voor de goederen van een bepaalde groep bedrijven*. Wij noemden hiervan reeds in den loop van dit artikel de thee (een internationale campagne), klinkerwegen, boeken en zuivelproducten. Bekende campagnes werden in ons land verder o.a. gevoerd voor centrale verwarming (en daartegenin voor haardverwarming), voor stokvisch, busgroenten, bloembollen, voor het geven van bloemen en gebak ter gelegenheid van Moederdag, voor adverteeren in dagbladen en daarnaast voor adverteeren in periodieken, voor electriciteit, voor vleesch, fruit, in het bijzonder voor druiven, brouwerij, enz. In het buitenland waren nog veel meer goederen en diensten het onderwerp van collectieve campagnes; wij noemen slechts verf en schilderwerk, wol, bier, gas, staal, aluminium, hout, handschoenen, hoeden, rijst, brood, bevroren vleesch, koffie, levensverzekering en doen wasschen buitenshuis. Men zou zich bijna afvragen voor welke artikelen eigenlijk géén collectieve reclame, al is het dan ook slechts in een enkel land en dikwijls gedurende een beperkte periode, werd gemaakt. Wij noemen in dit verband nog de propaganda voor het uit sociale motieven zoo gewenscht geachte sparen, vooral jeugdsparen, door de gezamenlijke Nederlandsche spaarbanken. Toch zijn er bepaalde beperkingen, waardoor lang niet elk artikel voor het voeren van een dergelijke campagne in aanmerking komt. Wij komen daarop nog terug.

Om tot de tweede groep te komen, wij noemden reeds als voorbeeld van de *propaganda voor een bepaald distributie-systeem* de van de middenstandswinkelbedrijven uitgaande propaganda. In Duitschland werden verder

²⁾ Deze definitie wijkt slechts weinig af van die, welke de redactie van het orgaan van het Genootschap voor Reclame geeft in het in September 1937 verschenen, geheel aan collectieve reclame gewijde, nummer van dit blad. Dit nummer geeft ook overigens uitmuntende documentatie over het onderhavige onderwerp.

³⁾ Voor een verdere gedetailleerde indeeling zie men Dr. Richard Sieben: „Gemeinschaftswerbung für Konsumfertigwaren“, Berlijn 1937.

collectieve campagnes gevoerd voor het koopen van producten, in handwerk vervaardigd, en zelfs voor merkartikelen als zoodanig, hetgeen dus voorbeelden zijn van *propaganda voor bepaalde wijzen van vervaardiging of verhandeling*.

Veel meer voorbeelden treft men in ons land weer aan van *collectieve reclame voor goederen of diensten, die in een bepaald geografisch gebied worden geproduceerd of verkocht*. Ook de plaats- of streeksgewijs gevoerde propaganda door organisaties op het gebied van vreemdelingenverkeer kan onder dit hoofd worden ondergebracht. Het is bekend, hoe hiertoe veelal naast de plaatselijke Overheid vooral de meest belanghebbenden als hotels, pensions, restaurants, winkelbedrijven en verkeersondernemingen bijdragen.

En ten slotte bestrijken organisaties als de Algemeene Nederlandsche Vereeniging voor Vreemdelingenverkeer en de Vereeniging „Nederlandsch Fabrikaat“ met haar propaganda het geheele land ⁴⁾. Bekend mag worden verondersteld, dat vele landen een dergelijke landelijke actie voor vreemdelingenverkeer voeren. Minder bekend is het feit, dat in vrij veel landen gedurende korteren of langeren tijd propaganda-acties voor het gebruik van nationaal fabrikaat werden gevoerd. Wij noemen slechts het „Buy British“; „Koopt Belgische waar“; het „Ehret einheimisches Schaffen“ (Zwitserland); het „Køb Dansk“ (Denemarken); het „Français! Achetez Français! Pour la défense de l'Agriculture, de l'Industrie et du Commerce Français et pour combattre le Chômage“.

Dergelijke landelijke acties bleken in den regel door uit het maatschappelijk en bedrijfsleven opgekomen organisaties gevoerd, doch door de Overheid gesubsidieerd te worden.

De voordeelen van collectieve reclame.

Aan elk voeren van een collectieve propaganda dient, uiteraard, een nauwkeurig afwegen van kosten en te verwachten resultaat, van vóór- en nadeelen vooraf te gaan.

Wij geven hier allereerst een overzicht van de meest in het oog loopende voordeelen, daarbij weer, tenzij anders vermeld, in hoofdzaak den toestand in meer normale dan de huidige tijden voor oogen houdend.

A. De mogelijkheid tot het voeren van een campagne.

Collectieve reclame beteekent samenvoeging van gelijke (soms ook materiele en persoonlijke) bijdragen van een meer of minder groot aantal belanghebbenden, waardoor men kan komen tot een zoo groot mogelijk opgezette en zoo opvallend mogelijke reclamecampagne, ook daar waar anders weinig of niets zou kunnen worden bereikt. Of niets — want in vele gevallen zou, zonder het te hulp roepen van het middel der collectieve propaganda, door den producent zelfs in het geheel geen, dus ook geen individueele, reclame bij den uiteindelijke consument kunnen worden gemaakt. In het bijzonder doet dit geval zich voor bij de naam- en merklooze goederen of althans bij de goederen, waarop de naam van den producent in den regel niet voorkomt, zooals bijv. vele fruitsoorten, rijst, rubber en visch. Collectieve propaganda is inderdaad in een groot aantal gevallen de eenige wijze, waarop de kweekers of de plantagehouders den consument op effectieve wijze kunnen beïnvloeden.

Een ander geval van een dergelijke onmogelijkheid doet zich voor, wanneer „standing“, waardigheid of traditie van een bepaald beroep of bedrijfstak individueele reclame niet toelaat.

Een belangwekkend voorbeeld hiervan biedt naar onze meening een beroep als het notariaat ⁵⁾. Een goede voorlichting van het publiek inzake de diensten, die de notaris in het maatschappelijk verkeer kan verleenen en waar-

⁴⁾ B. M. Sweers in artikel „Collectieve reclame en Nederlandsch fabrikaat“ in „Nederlandsch Fabrikaat“, Maart 1940, blz. 113 e.v.

⁵⁾ Met veel klem werd hierop in den kring der candidaat-notarissen gewezen door O. Jonker; zie „W.P.N.R.“, 11 Januari 1936, blz. 30 e.v.

omtrent het publiek, ook een deel van degenen, die daar inderdaad belang bij hebben, veelal te onkundig is, lijkt van groote beteekenis; de positie van den notaris laat echter individueele reclame zeker niet toe. Zou men nu niet, bijv. door de oprichting — door de gezamenlijke notarissen — van voorlichtingsbureaux in bepaalde centra, én het publiek én het notariaat zelf een nuttigen dienst bewijzen?

B. Eenheid in systeem.

Een tweede voordeel van een collectief opgezette campagne is, dat in den opzet systeem en eenheid kan worden gebracht, een eenheid, die niet zou optreden in de verspreide reclame-uitingen van individueele verkoopers van dezelfde waar. Deze eenheid kan op allerlei wijzen tot uiting worden gebracht, o.a. door het steeds weer terugkerend gebruik van bepaalde motto's, slagzinnen, merken of afbeeldingen. Een dergelijk symbool kan zoowel door de groep als door de deelnemers afzonderlijk, o.a. in bij de collectieve campagne aansluitende reclame, worden gebruikt. Dit verhoogt ongetwijfeld het effect der reclame zeer aanmerkelijk.

C. Deskundige hulp en besparingen.

Het grootere gezamenlijke budget stelt de deelnemers in de gelegenheid te profiteeren van die voordeelen, welke in den regel ook koop of productie in-het-groot verschaffen. Het schept o.a. de mogelijkheid zich intensieve hulp van een deskundige op reclamegebied te verzekeren, ook waar zulks, althans vóór de minder kapitaalkrachtige belanghebbenden, bij individueele reclame niet mogelijk ware. Het biedt verder de mogelijkheid tot bezuiniging en tot het bedingen van gunstige voorwaarden, bijv. bij het adverteeren. En ten slotte kunnen reclamemiddelen van een zoodanige allure worden aangewend, dat de aanstaande koper er, bijna tegen wil en dank, wel van móet kennis nemen.

D. Betere belichting van gemeenschappelijk belang.

Een vierde punt van groot belang is, dat door collectieve reclame argumenten en gedachten naar voren kunnen worden gebracht, welke voor verschillende belanghebbenden, resp. concurrenten, gelijkkluidend zijn. Men vergelijkte hetgeen wij hierover reeds eerder opmerkten bij de bespreking van de fasen van het verkoopproces. De individueele verkooper kan het soms niet verantwoorden zich in zijn reclame-uitingen te intensief toe te leggen op zuiver verbruiksbevorderende voorlichting; hij zou dan het gevoel hebben reclame te maken voor zijn concurrenten. Veeleer acht hij het in den regel zijn belang zich vooral toe te leggen op het naar voren brengen van eigen naam en merk, om zijn directe verkoopscampagne niet te verzwakken. Het is duidelijk, dat dit de kans in de hand werkt, dat minder aandacht wordt besteed aan de punten, waarnaar gemeenschappelijk wordt gestreefd.

F. Grootere overtuigingskracht.

Dan noemen wij nog een uiterst belangrijke factor; collectieve reclame spreekt veelal meer tot het publiek dan individueele reclame, omdat uit haar minder het directe eigenbelang, het winstbejag van bepaalde verkoopers, spreekt. Zij draagt immers meer een voorlichtend karakter. Dit heeft, o.i., het gevolg, dat het publiek er minder sceptisch tegenover staat⁹⁾.

Wanneer men ons in een collectieve campagne wijst op ons kennelijk belang bij den aanschaf van een bepaald artikel of op het algemeen belang daarvan, zullen wij waarschijnlijk in de opgesomde argumenten eerder vertrouwen stellen en daardoor overtuigd worden, dan wanneer deze motivering wordt gebruikt in de reclame-uitingen van een individueele onderneming.

⁹⁾ E. B. W. Schuitema: „Grondslagen der moderne reclame“, blz. 193.

Het terrein der levensverzekering lijkt ons een treffend voorbeeld hiervan, mede in verband met den typischen toestand t.a.v. de acquisitie in dezen bedrijfstak. Het publiek is dikwerf wantrouwend tegenover den agent van de levensverzekeringmaatschappij, in wien het soms geneigd is iemand te zien, die zal trachten, het koste wat het kost, een post voor zijn maatschappij af te sluiten. Men staat daardoor in vele gevallen a priori afwijzend tegenover de argumenten, ook de overigen juist, die de agent heeft aan te voeren. Hier zou een rustige, objectieve, opvoedende voorlichting van de gezamenlijke maatschappijen vermoedelijk een nuttige functie kunnen vervullen en in staat zijn door voorbereiding en aanvulling van de verkoopsactiviteit der maatschappijen een uitbreiding van het verzekerd kapitaal teweeg te brengen.

Het feit, dat collectieve propaganda een objectieveren indruk maakt en daarenboven dikwerf meer gericht kan zijn op een belang, dat parallel loopt aan hetgeen ook in het algemeen belang gewenscht kan worden geacht (uitbreiding werkgelegenheid, bevordering volksgezondheid, aankweeken spaarzaamheid, vermindering van het aantal ongevallen door den aanleg van klinkerwegen, enz.), maakt verder, dat zij in vele gevallen over hulpmiddelen kan beschikken en over medewerking van lichamen of autoriteiten, van welke de individueele reclame is verstoken. Zoo zullen bijv. de pers of het onderwijs eerder aandacht besteden aan de gegevens, verstrekt door de leiding van een collectieve actie, dan aan de reclame van een individueele onderneming, welke laatste immers veelal slechts een verschuiving van de vraag van het eene naar het andere bedrijf beoogt.

Er zijn echter ook factoren, welke de verbreiding der collectieve reclame in den weg staan. Daarop zal in een volgend artikel nader worden ingegaan, evenals op de toekomstmogelijkheden der collectieve propaganda.

B. M. SWEERS.

COMMERCIEELE BALANS EN FISCALE BALANS.

Tijdens de parlementaire behandeling in begin 1940 van het wetsontwerp tot heffing van een winstbelasting, welk ontwerp ten slotte, met geringe wijziging, in het Besluit op de Winstbelasting 1940 zijn belichaming vond, rees de vraag, of de balans, vastgesteld door de Algemeene Vergadering van Aandeelhouders (aangeduid als commercieele balans) zou mogen afwijken van de balans, die de basis vormt voor den aanslag in de Winstbelasting (aangeduid als fiscale balans).

Voor hen, die bekend waren met de practijk van de heffing der Nederlandsch-Indische Vennootschapsbelasting en andere buitenlandsche winstbelastingen, was dit eigenlijk geen vraag. Voor de Nederlandsche winstbelasting werd zij van regeeringszijde bevestigend beantwoord.

In Nederland bestaat thans ook reeds eenige practijk ten aanzien van de vermogensopstellingen voor de Winstbelasting, de zgn. fiscale balansen, en zij voeren — althans bij vele lichamen — een zelfstandig bestaan naast de zoogenaamde commercieele balansen.

Dit naast elkaar bestaan blijkt echter door sommigen overbodig te worden geacht. In enkele publicaties van de laatste maanden kan men de meening uitgesproken vinden, dat de zoogenaamde fiscale balans tevens „de“ balans zou kunnen zijn.

In het navolgende wil ik trachten duidelijk te maken, waarom mijns inziens de zoogenaamde commercieele balans — althans bij een niet te verwaarloozen aantal lichamen — recht heeft om zelfstandig voort te bestaan en als „de“ balans van het lichaam te worden beschouwd.

Samenvallen van commercieele en fiscale balans in bepaalde gevallen, en in ieder geval tot op zekere hoogte.

Alvorens uiteen te zetten, waarom naar mijn meening bij vele lichamen een commercieele balans naast de fiscale balans behoort te blijven bestaan, wil ik voorop stellen, dat er ook lichamen zijn, bij welke het mogelijk is, dat de balans, zooals de Algemeene Vergadering die vaststelt, tevens als vermogensopstelling voor de Winstbelasting dient. Waar dit mogelijk is, leidt het samenvallen van commercieele en fiscale balans ongetwijfeld tot vereenvoudiging van werkzaamheden.

Voorts wil ik opmerken, dat m.i. lichamen, die beide balansen niet kunnen laten samenvallen, er zeker nut van zullen hebben, de verschillen tusschen commercieele en fiscale balans tot een minimum te beperken. Van de opstellingen voor de Winstbelasting kan ongetwijfeld een verhelderende invloed op de commercieele balansen uitgaan: het kan zijn, dat de opstellingen voor de Winstbelasting, resp. het overleg daaromtrent met Inspecteur en Rijksaccountant, tot inzichten leiden, die men — zoodra dat mogelijk is — in de commercieele balans op gelijke wijze als in de fiscale tot uitdrukking zal gaan brengen. Ik denk hier bijv. aan reserves voor pensioenen en reserves voor assurantie-eigen-risico, die in de commercieele balans dikwerf vrij willekeurig werden bepaald, althans weinig bewust verband hielden met den omvang van het risico tot dekking waarvan zij bestemd waren.

Bezwaar tegen de fiscale balans als „de” balans voor alle lichamen, zonder uitzondering.

Mijn bezwaar tegen de fiscale balans als „de” balans voor alle winstbelastingplichtige lichamen — zonder uitzondering — is gegrond op het feit, dat de fiscale balans er eene is, die haar bestaan dankt aan een belastingverordening, welke bepalingen in vele gevallen niet leiden tot vermogensopstellingen, die commercieel een goed beeld geven van het aan de belasting onderworpen lichaam op het einde van ieder boekjaar. Hiermede bedoel ik geenszins, dat het Besluit op de Winstbelasting 1940 geen goede belastingverordening zou zijn, integendeel: wie met de Winstbelasting te maken heeft, leert haar waardeeren als een gaaf stelsel van bepalingen, dat tevens op knappe wijze den overgang van uitkeeringsbelasting tot winstbelasting heeft tot stand gebracht.

De omstandigheid, waardoor de vermogensopstelling voor de winstbelasting m.i. principieel niet bruikbaar is als commercieele vermogensopstelling, is, dat bij de fiscale vermogensopstelling de waardeering van, resp. afschrijving op, deelnemingen in andere ondernemingen, kapitaal-goederen voor langen gebruiksduur en onkosten, die hun nut over een lange reeks van jaren afwerpen, moet geschieden volgens een *eens voor al vast te leggen systeem, dat in verband met de fiscale consequenties wordt gekozen*. Den eisch, dat men aan het eens gekozen systeem — behoudens bijzondere omstandigheden — verder gebonden is, stelt de fiscus waarschijnlijk, omdat hij alleen langs dezen weg kan komen tot een door den fiscus *controleerbare methode van vaststelling van de winst*¹⁾.

Voor den fiscus is de vermogensopstelling aan het einde van ieder boekjaar slechts een middel tot vaststelling van de fiscale winst en het interesseert den fiscus overigens niet, of de volgens de voorschriften der Winstbelasting vastgestelde vermogensopstelling een juist beeld geeft van den vermogenstoestand van het belastingplichtige lichaam op het oogenblik, waarop die opstelling gedateerd is.

Het opstellen der commercieele jaarstukken heeft vóór

¹⁾ In dit verband moge ik refereeren aan de interessante beschouwingen van Drs. A. L. Dement in het „Maandblad voor Accountancy en Bedrijfs-huishoudkunde” van October 1941: „Eenige opmerkingen over afschrijvingsstelsels in verband met het Besluit op de Winstbelasting 1940 en het Besluit op de Inkomstenbelasting-1941”.

alles ten doel de jaarlijksche verslaggeving aan aandeelhouders, waarbij wordt aangegeven, of bedragen mogen worden uitgedeeld. Toelaatbaar is zoo'n uitdeeling slechts dan, als de waardeering van het totale complex activa en passiva geschiedt *met inachtneming van alle omstandigheden en risico's*, die den bestuurders bekend zijn. In het bijzonder komt dit — althans bij vele lichamen — tot uitdrukking in de waardeering van, resp. de afschrijving op, deelnemingen in andere ondernemingen, kapitaal-goederen voor langen gebruiksduur en onkosten, die hun nut over een lange reeks van jaren afwerpen.

De oorzaak van het verschil tusschen fiscale en commercieele balans, wat betreft de waardeering van, resp. afschrijving op, investeringen voor langere termijn, is hiermede aangegeven.

Eensdeels kan dit verschil bestaan in het voor de commercieele balans volgen van een *ander systeem* dan voor de fiscale werd gekozen, anderdeels oefenen bij het opstellen van de commercieele balans verschillende *omstandigheden, die zich tijdens den gebruiksduur voordoen*, hun invloed uit. De verschillen in systeem vinden grootendeels hun oorzaak in de bepalingen betreffende de vroeger niet uitgekeerde winsten, die bij de Winstbelasting de „overgangsreserve” vormen.

De voordeelen van hooge waardeering van activa en lage waardeering van passiva — alles binnen de ruime grenzen van „goed koopmansgebruik” — tegenover de nadeelen van een hooge overgangsreserve zijn bij vrijwel ieder winstbelastingplichtig lichaam tegenover elkander afgewogen.

Ook de bepaling in art. 40, 6e lid, van het Besluit op de Winstbelasting 1940, waarbij wordt toegestaan een negatieve overgangsreserve in mindering te brengen van winsten over de eerste 3 jaren na het overgangstijdstip, heeft ongetwijfeld de opstelling van verscheidene fiscale balansen beïnvloed.

Los van de bepalingen inzake de overgangsreserve doet het in de commercieele balans volgen van een ander systeem dan voor de fiscale balans werd gekozen zich echter ook voor.

Bij verschillende lichamen is bijv. voor de waardeering van deelnemingen in andere ondernemingen voor de fiscale balans als systeem gekozen „*waardeering tegen kostprijs*”, waarbij de fiscale waarde constant blijft tot realisatie plaats vindt. Waardeverschillen, die niet worden gerealiseerd, hebben bij dit systeem geen invloed op de belasting, hoe ook art. 7, lid 2, van het Besluit op de Winstbelasting 1940 wordt uitgelegd²⁾.

Voor de commercieele balans zal men het systeem „*waardeering tegen kostprijs*” in het algemeen echter niet volgen voor deelnemingen in andere ondernemingen. Men zal bijv. deelnemingen, die ter beurse genoteerd zijn, niet voor den kostprijs in de commercieele balans willen opvoeren, wanneer de beurswaarde beneden den kostprijs is gekomen.

Men heeft hier een geval, dat het fiscaal gekozen systeem ongeschikt is voor de commercieele balans, terwijl het volgen van het commercieele systeem in de fiscale opstelling gevolgen ten aanzien van de belastingheffing zou kunnen hebben, die men niet wenschelijk acht.

Het geval, dat *omstandigheden, die zich tijdens den gebruiksduur voordoen*, invloed uitoefenen, doet zich typisch voor bij afschrijvingen op kapitaal-goederen voor langen gebruiksduur en onkosten, die hun nut over een lange reeks van jaren afwerpen. Tot zulke omstandigheden is bijv. te rekenen de uitvinding van modernere machines, waardoor het noodig wordt een extra afschrijving in eens

²⁾ Volgens Resolutie van den Secretaris-Generaal van Financiën dd. 14/11/40, no. 173, hebben noch boekwinsten en -verliezen, noch winsten en verliezen, welke bij vervreemding of amortisatie van aandelen en winstbewijzen tot uitdrukking komen, invloed op de belasting, doch de Resolutie laat de mogelijkheid, dat de Hooge Raad over dezen uitleg van art. 7, lid 2, een ander oordeel zou kunnen hebben, niet onvermeld.

te doen. In het bijzonder moeten er m.i. ook toe worden gerekend de meer of minder ruime resultaten, verkregen in de verslagperiode, alsmede de vooruitzichten voor het bedrijf op het oogenblik van de opstelling der jaarstukken.

Wat betreft den invloed van de verkregen en te verwachten resultaten op de afschrijving van activa, waarin voor langeren tijd gelden zijn geïnvesteerd, dient te worden bedacht, dat, commercieel bezien, de afschrijving op deze activa geen vraagstuk is van op zichzelf staande jaarperiodes, doch een aangelegenheid, die over de geheele exploitatieperiode moet worden beschouwd. Bij het doen der investering vertrouwt men, dat, over de geheele exploitatieperiode genomen, de activa zoowel de geïnvesteerde bedragen als een voldoende overschot zullen opleveren. Dit zal echter slechts zelden gelijkmatig gaan: in de exploitatieperiode zullen zich vrijwel steeds jaren voordoen, dat de betreffende activa in belangrijke mate tot de resultaten bijdragen en jaren, dat dit in geringe mate het geval is, of anders gezegd: jaren, dat hun nutsprestaties voor het bedrijf grooter en jaren, dat deze kleiner zijn. De commercieele afschrijvingen zullen in vele gevallen, meer of minder bewust, naar deze nutsprestaties worden geregeld.

Ziet men de zaak zoo, dan vormen meer of minder ruime resultaten niet een toevallige mogelijkheid tot royale of minder royale afschrijving, doch een aanwijzing, dat van het totale nuttige prestatievermogen der activa, waarin voor langeren tijd gelden zijn geïnvesteerd, in het boekjaar meer of minder is verbruikt.

Het feit, dat de commercieele afschrijvingen op activa, waarin voor langeren tijd gelden zijn geïnvesteerd, dikwijls onregelmatig zijn, tengevolge van omstandigheden, die zich tijdens den gebruiksduur voordoen en veelal een verband vertoonen met de bedrijfsresultaten, vindt m.i. in het vorenstaande een verklaring en rechtvaardiging.

Deze onregelmatigheid van commercieele afschrijvingen doet hen principieel verschillen van de fiscale. Een fiscaal afschrijvingsstelsel kan wel een enkele maal in verband met bijzondere later optredende omstandigheden worden gewijzigd, maar een voortdurende beïnvloeding van de afschrijvingen door omstandigheden tijdens den gebruiksduur aanvaardt de fiscus niet.

Fiscale en commercieele afschrijving hebben eenzelfde einddoel, maar bereiken dit langs wegen, die veelal niet parallel loopen. Slechts in een volkomen statische samenleving zouden zij nimmer uiteen behoeven te loopen.

Mijn *principieele bezwaar* tegen de fiscale vermogensopstelling als „de” balans voor alle lichamen — zonder uitzondering — t.w. de omstandigheid, dat bij de fiscale vermogensopstelling de waardeering van, resp. de afschrijving op, investeringen voor langeren termijn geschiedt naar een stelsel, gekozen in verband met fiscale consequenties, en — behoudens bijzondere omstandigheden — ongevoelig voor tijdens den gebruiksduur der activa optredende omstandigheden, hoop ik hiermede voldoende te hebben gemotiveerd.

Practische uitvoerbaarheid van het denkbeeld, de fiscale balans „de” balans te doen zijn.

Thans nog een enkele opmerking over de praktische bezwaren, die verheffing van de fiscale balans tot „de” balans met zich zou brengen.

In de eerste plaats zij opgemerkt, dat bij eenigszins grootere lichamen de fiscale balans meestal niet aanstands vaststaat, doch het resultaat is van een vaak langdurig overleg, of een nog langduriger strijd, tusschen belastingplichtige en belastingadministratie. Niet alleen in de eerste jaren doet zich dit voor: de toepassing van de met ingang van 1924 ingevoerde Nederlandsch-Indische Vennootschapsbelasting kent meerdere gevallen, dat aanslagen, bijv. van 1930, eerst 7 of 8 jaar later definitief werden geregeld. In zulk een tusschentijd blijven alle volgende aanslagen hangende.

Uit het in de vorige alinea vermelde volgt ook reeds, dat het weinig zin zou hebben de jaarstukken te publiceren, zooals zij aan den fiscus worden voorgelegd. De verschillen, welke tusschen de aangifte en den uiteindelijke aanslag bij grootere lichamen dikwerf bestaan, zijn daarvoor te belangrijk.

Men kan zich voorts de mogelijkheid denken, dat de bepalingen van het Besluit op de Winstbelasting 1940 een wijziging zouden ondergaan, die een verandering van fiscale balansen met terugwerkende kracht ten gevolge zou hebben. Welke fiscale balans zou dan „de” balans zijn? Beschouwt men de commercieele balans als „de” balans, dan zijn zulke verschillende fiscale balansen niet anders dan variant-opstellingen, ieder voor een bepaald doel, zooals men trouwens bij internationaal werkende lichamen reeds meerdere opstellingen der jaarstukken voor de belastingen in verschillende landen kende.

Met het vorenstaande hoop ik te hebben verduidelijkt, waarom naar mijn meening — met inachtneming van hetgeen ik opmerkte onder „Samenvallen van commercieele en fiscale balans in bepaalde gevallen, en in ieder geval tot op zekere hoogte” —

1. de zgn. commercieele balans recht heeft zelfstandig voort te bestaan en als „de” balans te worden beschouwd;
2. de zgn. fiscale balans niet alleen principieel, doch ook praktisch niet geschikt is om „de” balans te zijn.

A. C. BURGERSDIJK.

OBLIGATIES VAN COMMANDITAIRE VENNOOTSCHAPPEN.

In de avondbladen van 14 April 1942 is medegedeeld, dat de uitgifte van de voorgenomen conversieleening van de Commanditaire Vennootschap Werf Gusto Firma A. F. Smulders niet zal plaats vinden, op grond van de omstandigheid, dat de Vereeniging voor den Effectenhandel (Bedrijfsgroep Effectenhandel) van oordeel is, dat zij een obligatieleening ten laste van een commanditaire vennootschap niet tot de noteering kan toelaten. Het reglement van de Vereeniging laat de noteering van obligaties ten laste van commanditaire vennootschappen uitdrukkelijk toe, en zij heeft dan ook destijds de obligaties van de c.v. Wm. H. Müller & Co. in de noteering opgenomen. Zou men dus in zoover geneigd zijn aan een incidenteele beslissing te denken, uit de redactie van de mededeeling, welke wel niet zonder goedkeuring van de Bedrijfsgroep in dezen vorm zal zijn gedaan, blijkt wel, dat daarvan geen sprake is, doch dat er hier is een principieele afwijzing van obligaties, door commanditaire vennootschappen uitgegeven. Naar de gronden voor dit standpunt kan men slechts gissen; men moet echter wel aannemen, dat de Vereeniging een commanditaire vennootschap door haar natuur als minder geschikt voor credietverkrijging dan een naamlooze vennootschap beschouwt.

Het oordeel van de Bedrijfsgroep noodigt tot een vergelijking tusschen de naamlooze en de commanditaire vennootschap als object van credietverleening, een vraagstuk, dat des te belangrijker is geworden, nu de belastingwetgeving, welke jaren lang aan de naamlooze vennootschappen een bevoorrechte positie heeft ingeruimd, thans den commanditaireren vennootschappen gunstiger gezind is geworden, en reeds uit dien hoofde het bedrijfsleven meer geneigd zal worden zich op dien rechtsvorm te oriënteren.

Vooropgesteld zij, dat naamlooze vennootschap en commanditaire vennootschap, al is de eerste rechtspersoon en de laatste niet, beide niet anders zijn dan rechtsvormen, in welke natuurlijke personen aan het rechtsverkeer deelnemen. Bij de naamlooze vennootschap zijn dit een of meer bestuurders, tezamen met een aantal personen, die als aandeelhouders kapitaal hebben bijeengebracht, bij de commanditaire vennootschap een of meer be-

heerende vennoten, tezamen met een aantal personen, die als commanditaire kapitaal hebben ingebracht. De bestuurders der naamloze vennootschap zijn, in beginsel en afgezien van het zelden voorkomend geval, dat zij door onbehoorlijke vervulling van hun taak tot schadevergoeding zijn gehouden (artt. 47c en 49a W. v. K.), in hun persoonlijk vermogen niet aansprakelijk voor de schulden der vennootschap, de beheerende vennoten zijn steeds met hun geheele vermogen verbonden; aandeelhouders en commanditaire vennoten staan in zoover gelijk, dat zij tot niet meer verplicht zijn dan tot inbreng van hun aandeel in het kapitaal. In zoover geeft dus reeds dadelijk de naamloze vennootschap minder waarborg dan de commanditaire: bij deze laatste is de persoonlijke aansprakelijkheid van de personen, die namens haar handelen, zonder meer gegeven; uitvoerige processen tot vaststelling van die aansprakelijkheid, met alle daaraan verbonden moeilijkheden van bewijs, afweging van de mate van schuld of nalatigheid, zijn onnoodig.

De naamloze vennootschap is rechtspersoon; de commanditaire niet en omtrent haar juridische constructie bestaat een groote onzekerheid. Men zal wel niet vermistasten, indien men aanneemt, dat deze omstandigheid en in het bijzonder het arrest van den Hoogen Raad van 4 Januari 1937 (Ned. Jur. 1937/586) op het huidige oordeel der Vereeniging grooten invloed heeft gehad. Bij de naamloze vennootschap weet men, wie eigenaar is van het vennootschappelijke vermogen: de rechtspersoon naamloze vennootschap; bij de commanditaire vennootschap twijfelt men: zijn de beheerende vennoten alleen, zijn de beheerende en de commanditaire vennoten gezamenlijk eigenaren? Men neemt aan, dat het zoeven genoemde arrest van den Hoogen Raad deze vraag in eerstgenoemden zin oplost; er is dan in wezen van een vennootschappelijk vermogen, dat noch de tekst van de wet, noch de geschiedenis harer totstandkoming, noch de historische ontwikkeling van de commanditaire vennootschap het standpunt van den Hoogen Raad schragen. In het recht van de werkelijkheid, „die Meinung der Kaufleute“, om met von Savigny te spreken, leeft dan ook een andere opvatting van de commanditaire vennootschap, en wel, dat zij wel degelijk heeft een afgescheiden vermogen, gemeenschappelijk eigendom van beheerende en commanditaire vennoten, dienend tot de uitoefening van een bedrijf door de beheerende vennoten en in de eerste plaats strekkende tot verhaalsobject voor de bedrijfscrediteuren. Indien de opvatting van den Hoogen Raad dus inderdaad is zooals hierboven geschetst — Coebergh betwijfelt, of het arrest wel die verre strekking heeft, welke men er algemeen aan toekent —, en indien de opvatting van den Hoogen Raad nog dezelfde zou zijn, meen ik een kloof tusschen het juristenrecht en het recht der werkelijkheid te moeten constateeren, een strijd, welke, naar de geschiedenis leert, uiteindelijk ten gunste van het recht der werkelijkheid zal worden beslist, zij het, dat de rechtspraak overstag gaat, zij het, dat de wetgever ingrijpt. Inmiddels is het zoover nog niet, en voorshands zal degene, die met de commanditaire vennootschap te maken krijgt, als crediteur of als vennoot, nog rekening moeten houden met de waarschijnlijkheid, dat de rechtspraak aanneemt, dat de inbreng van commanditaire vennoten eigendom van de beheerende vennoten is.

Voor den commanditaire is dit een positie, welke haar

bezwaren met zich brengt. Doch dit is niet de vraag, welke ons hier bezig houdt. Die vraag is deze, of de positie van den schuldeischer bedreigd is. De schuldeischer zal, welke ook zijn persoonlijke overtuiging is, niet het risico willen loopen, dat, door de toepassing van de eene of van de andere juridische constructie, zijn verhaalsobject aan zijn verhaal ontglipt. Bezien wij de positie eerst van het gezichtspunt van de veronderstelde leer van den Hoogen Raad uit. Bij de c.v. met één beheerende vennoot is er in wezen geen vennootschap: de inbreng van den commanditaire wordt eigendom van den beheerenden vennoot, is dus een deel van zijn vermogen, en het aangaan van de c.v. heeft niet de vorming van een afgescheiden vennootschappelijk vermogen ten gevolge. Schuldenaar van de „vennootschappelijke“ schulden is de beheerende vennoot; hij is ook eigenaar van haar bezittingen, de schuldeischer heeft verhaal op het geheele vermogen van zijn schuldenaar, dus ook op alles, wat de commanditaire vennoot bij wijze van inbreng aan den beheerenden vennoot in eigendom heeft overgedragen; ergo heeft de schuldeischer precies op datgene verhaal, waarop hij verhaal dacht te hebben en behoort te hebben, en de leer van den Hoogen Raad deert zijn positie in geen enkel opzicht.

Nemen wij nu aan, dat het vennootschapsvermogen gezamenlijk eigendom is van den beheerenden en den commanditairen vennoot. Het staat wel vast, dat naar Nederlandsch recht de schuldeischers geen rechtstreekse aanspraak op den commanditaire hebben. Zij kunnen hem niet persoonlijk dagvaarden, ook niet al bepalen zij hun vordering tot zijn inbreng. Maar evenzeer staat vast, dat de bezittingen van een vennootschap kunnen worden uitgewonnen voor de schulden, welke een der vennoten bevoegdlijk ten laste van die vennootschap heeft aangegaan. De schuldeischer van „A. & Co.“ zal dus de bezittingen, welke A en zijn Co. in gemeenschap hebben gebracht, kunnen uitwinnen voor de schulden, welke A als met het beheer belaste vennoot binnen de grenzen zijner bevoegdheid heeft aangegaan. Ook in deze leer komt de schuldeischer dus niets te kort. En neemt men aan, dat de commanditaire vennoot niet moest inbrengen, d.w.z. in gemeenschappelijk eigendom brengen, doch aan den beheerenden vennoot in eigendom moest overdragen, en dat, wat partijen een inbreng hebben genoemd, niet een eigendomsoverdracht is geweest, dan alweer de schuldeischer niet te kort, want, al kan hij zelf den commanditaire niet aanspreken, de beheerende vennoot of zijn faillissementscurator kunnen dit wel en zullen in die leer dus op grond van het vennootschapscontract nog kunnen vorderen, dat de in gemeenschap gebrachte zaken in eigendom aan den beheerenden vennoot of zijn faillieten boedel worden overgedragen.

Wat het verhaal op den kapitaal inbreng betreft, is de crediteur van de commanditaire vennootschap dus, ondanks de onzekerheid omtrent de juridische structuur, niet in een nadeeliger positie dan de schuldeischer van de naamloze vennootschap. Hij heeft, welke leer men ook huldigt, verhaal op datgene, want, de commanditaire of de aandeelhouder heeft ingebracht of moest inbrengen, altijd voorzoover het nog aanwezig is op het oogenblik, waarop de schuldeischer zijn verhaal gaat uitoefenen. Men bedenke hierbij dan nog, dat voor obligatieleeningen veelal zakelijke zekerheid zal zijn bedongen, in welk geval de obligatiehouders, zoowel bij de c.v. als bij de n.v., zich in de eerste plaats op dit onderpand zullen kunnen verhalen, onverschillig wiens eigendom dit is. In één opzicht staat de schuldeischer van de c.v. met één beheerenden vennoot iets achter bij zijn collega, den crediteur van de n.v.: in de leer van den Hoogen Raad zullen de privé-schuldeischers van den beheerenden vennoot met hem, voorzoover hij geen zakelijke zekerheid heeft, gelijkelijk opkomen; terwijl hij bij de naamloze vennootschap met de particuliere schuldeischers van de bestuurders slechts dan te maken krijgt, indien de bestuurder persoonlijk aan-

sprakelijk is geworden. Tegenover dit nadeel staat het reeds geschetste voordeel van het onvoorwaardelijk verhaal op het privé-vermogen van den beheerenden vennoot.

Dat de commanditaire vennoot zijn inbreng mogelijkerwijze niet heeft gestort of niet in eigendom aan den beheerenden vennoot heeft overgedragen, en de schuldeischer den commanditair dan niet rechtstreeks kan aanspreken, is niet een structurele zwakheid, welke bijzonderlijk aan de c.v. eigen is. Ten eerste is het geval vrij uitzonderlijk, en het zou verkeerd zijn een rechtsvorm reeds daarom als minder creditwaardig te bestempelen, omdat zich bij hem in bepaalde gevallen wel eens moeilijkheden zouden kunnen voordoen. Doch ten tweede heeft ook bij de n.v. de kapitaal-inbreng niet altijd plaats gehad, en ook dan heeft de schuldeischer geen rechtstreeksch verhaal op de aandeelhouders. Dat het innen van de op de aandelen nog niet gestorte bedragen niet altijd eenvoudig is, bewijzen tal van vonnissen en arresten. Toch heeft die omstandigheid de Vereeniging nog nimmer aanleiding gegeven om de pandbrieven van hypotheekbanken uit de notering te houden.

Ik schreef reeds, dat de crediteur op den inbreng van den commanditair slechts verhaal zal hebben, voorzover die inbreng nog aanwezig is op het oogenblik, dat die crediteur dit verhaal zoekt. Nu wordt de crediteur van de n.v. in dit opzicht eenigermate beschermd door de artikelen 41a en volgende en — in geval van ontbinding — 56a en volgende van het Wetboek van Koophandel, krachtens welke de terugbetaling van het kapitaal eener n.v. slechts kan geschieden na vervulling van zekere formaliteiten, welke den schuldeischer de mogelijkheid bieden tijdig zijn aanspraken te beveiligen. Bij de c.v. ontbreken deze formaliteiten; toch zullen de vennoten van een c.v. niet op een voor den schuldeischer kwaden dag ter verkorting van zijn rechten den inbreng van den commanditair kunnen gaan terugbetalen. Dit wordt hun belet door art. 1377 B. W., dat met nietigheid bedreigt iedere onverplichte handeling, hoe ook genaamd, door welke de schuldeischers worden benadeeld, indien schuldenaar en wederpartij bij die handeling zich van de benadeeling bewust waren. Daarnaast heeft de schuldeischer dan nog altijd zijn verhaal op den beheerenden vennoot. Daarenboven, al ontbreekt het vereischte van de vervulling der formaliteiten van art. 56a van het W. v. K., is de terugbetaling van den geheelen inbreng aan den commanditair in wezen een ontbinding der commanditaire vennootschap; in geval van ontbinding is in de eerste plaats vereffening — verzilvering der baten, betaling der schulden — vereischt (artt. 32 en 33 W. v. K.). Ook op dit punt kan men zich wel allerlei uitzonderlijke gevallen indenken, in welke de crediteuren eener c.v. door manipulaties van de vennoten te kort komen, doch al weer moet men daarbij niet veronderstellen, dat dit nu een bijzonderlijk de c.v. aanklevende eigenschap is! Ook bij de n.v. kan een belangrijk deel van het kapitaal verdwijnen, zonder dat de schuldeischer dit gewaar wordt. Men denke aan de mogelijkheid van inkoop van eigen aandelen, aan het verstrekken van leeningen aan financieel zwakke aandeelhouders en directeuren. Wie aan een n.v. crediet verleent, een obligatie in een n.v. neemt, doet dit in het vertrouwen, dat de bestuurders dier n.v. van de oirbare middelen om haar kapitaal te verminderen een gepast en van de onoirbare middelen geen gebruik zullen maken. Blijkt dit vertrouwen misplaatst, dan hebben de crediteuren wel allerlei acties, doch deze zijn niet altijd eenvoudig, in feite — want grof bedrog is een uitzondering — nooit eenvoudig en het juridische succes waarborgt allerminst het feitelijk verhaal. Bij de c.v. is dit al niet anders, met deze uitzondering, dat het verhaal op de beheerende vennoten juridisch steeds voor het grijpen ligt; ook hier zijn de betrouwbaarheid, de eerlijkheid en de voorzichtigheid van de vennoten voor de crediteuren de zekerheden, op welke zij zich, af-

gezien van zakelijke zekerheden, in de eerste plaats moeten verlaten. Wanneer deze echter blijken te kort te schieten, dan is de crediteur van de c.v. niet machtelozer dan die van de n.v.

Tenslotte de continuïteit. Gebonden aan natuurlijke personen is de c.v. vergankelijker dan de n.v. Al weer een punt, dat den vennoten van commanditaire vennootschappen bezwaren en moeilijkheden berokkent. Doch deert het den crediteur? In geen enkel opzicht. De overleden beheerende vennoot heeft erfgenamen, die voor de schulden van hun erflater aansprakelijk zijn, in ieder geval tot het bedrag van de nalatenschap. Wordt de c.v. door het overlijden ontbonden, dan moet weder vereffening, insluitend betaling der schulden, plaats hebben. Blijft de c.v. voortbestaan met andere vennoten, dan zullen deze bij de overneming van het vermogen, zoo dit aan hen moet worden overgedragen, bij den overgang van het vermogen, zoo dit aan hen in verband met bepalingen uit het vennootschapscontract van rechtswege overgaat, ook de schulden voor hun rekening krijgen, waarnaast dan nog altijd de erven en rechtverkrijgenden van den overledene aansprakelijk blijven.

Er zijn tal van mogelijkheden, waardoor de crediteur van een c.v. er zijn geld bij kan inschieten; het kapitaal der vennootschap en het vermogen der beheerende vennoten kunnen verloren gaan, de vennoten kunnen met het vermogen verdwijnen; er zijn echter ook gevallen bekend van naamloze vennootschappen, die tengevolge van verliezen haar verplichtingen niet meer konden nakomen, zelfs van naamloze vennootschappen, wier obligaties tot de notering waren toegelaten; er zijn ook directeuren van naamloze vennootschappen met de kas vertrokken.

Alles bijeengenomen kan ik voorshands niet inzien, dat de commanditaire vennootschap door haar rechtsvorm voor een obligatiehouder een schuldenares van minder deugdelijk gehalte zou zijn dan de naamloze vennootschap. In ieder geval moeten wij hopen, dat de in uitzicht gestelde nieuwe wettelijke regeling van de commanditaire vennootschap van dien aard zal zijn, dat de Vereeniging voor den Effectenhandel haar bezwaren tegen de obligaties van dergelijke vennootschappen laat varen. Ook al zullen de vennootschappen, die in aanmerking komen voor het uitgeven van obligaties, meestal niet commanditaire vennootschappen zijn, zoodat het standpunt der Vereeniging nu niet zoo een groot practisch bezwaar oplevert, haar oordeel werpt toch op de commanditaire vennootschap in het algemeen een onverdienden schijn van mindere creditwaardigheid, welke op de ontwikkeling van dezen rechtsvorm belemmerend kan werken.

Mr. A. SCHADEE.

OVERHEIDSMAATREGELEN OP ECONOMISCH GEBIED.

HANDEL EN NIJVERHEID.

Economische Sancties. Nadere regeling met betrekking tot den verkoop van, als gevolg van de uitvoering van het Economisch Sanctiebesluit 1941, in beslag genomen of verbeurd verklaarde goederen. (E.V. 10/4/42, pag. 463; Stct. No. 64).

Grafische industrie. Nadere regeling inzake vervoer van bepaalde werktuigen voor de grafische industrie. (E.V. 10/4/42, pag. 466; Stct. No. 64).

Keramische artikelen. Tijdelijke stopzetting van den verkoop van bepaalde aardewerk- en porseleinartikelen i.v.m. een komende distributieregeling voor deze goederen. (E.V. 10/4/42, pag. 463).

Nederlandsche Coöperatieve Raad. Instelling van de Nederlandsche Coöperatieve Raad, welke tot taak heeft de behartiging der gemeenschappelijke belangen van de

coöperatieve vereenigingen en van de centrale organisaties op het gebied der voedselvoorziening. (E.V. 10/4/42, pag. 462; V.B. No. 8).

Non-ferrometalen. Nadere regelingen inzake handel in, aflevering en bewerking van non-ferrometalen. (E.V. 10/4/42, pag. 466; Stct. No. 63).

Oorlogsschade. Regeling inzake afwikkeling van oude overeenkomsten van door oorlogsmolest getroffenen. (E.V. 10/4/42, pag. 464; V.B. No. 8).

Organisatie bedrijfsleven. Mededeelingen inzake de instelling van de afdelingen Rotterdam en Amsterdam van de bedrijfsgroep haven- en aanverwante bedrijven, aanvulling van het algemeen reglement betreffende samenstelling, inrichting en bevoegdheid van organisaties op het gebied van de voedselvoorziening, instelling van een aantal onderbedrijfsorganisaties voor verschillende akkerbouwproducten en zuivel, alsmede besluiten inzake de organisatie van deze groepen, wijziging inzake de organisatie van de chemische industrie. (E. V. 3/4/42, pag. 438/39; Stct. Nos. 61, 62 en 63; Voedselvoorzieningsblad No. 3).

Instelling van den tot den bedrijfsgroep Groothandel behoorenden vakgroep Groothandel in Hout. (E.V. 10/4/42, pag. 468; Stct. No. 64).

Papier. Nadere fabricagevoorschriften inzake het gebruik van papier voor het vervaardigen van bepaalde verpakkingsartikelen. (E. V. 3/4/42, pag. 438; Stct. No. 60).

Prijsregelingen. Nadere prijsvoorschriften met betrekking tot de maximum-prijzen voor groenten en fruit, de prijzen voor leghennen en legenden, consumenten-prijzen voor kunsthoning, verhooging van de prijzen van aardappelmeelderivaten, vaststelling prijsmarges voor krentenbrood. (E.V. 10/4/42, pag. 462; Stct. Nos. 64, 65 en 67).

Tabak. Instelling van een in- en uitvoermonopolie, ten name van de Akkerbouwcentrale, voor tabakszaad. (E. V. 3/4/42, pag. 438; Stct. No. 61).

Winkelsluiting. Voorschriften aangaande de tijdstippen, waarop sommige detailzaken geopend moeten zijn. (E. V. 3/4/42, pag. 436; Stct. No. 61).

LANDBOUW EN VOEDSELVOORZIENING.

Klaverzaad. Voorschriften inzake den teelt van klaverzaden. (E.V. 10/4/42, pag. 464).

Meel en bloem. Afkondiging van het „Meel- en Bloembesluit V.V.O. 1942”, waarin de bestaande regelingen inzake deze producten worden samengevoegd. (E. V. 3/4/42, pag. 436; Stct. No. 62).

Sinaasappelen. Regeling inzake de distribueering van sinaasappelen. (E. V. 3/4/42, pag. 436; Stct. No. 60).

Teelt oliehoudende zaden. Mededeeling van plannen tot aanzienlijke uitbreiding van den verbouw van blauwmaanzaad. (E. V. 3/4/42, pag. 439).

Varkens. Regeling inzake voedselverstreking voor bepaalde varkens, welke dan volgens contract aan het Vee- en Vleeschaankoopbureau moeten worden geleverd. (E. V. 3/4/42, pag. 440).

GELD-, CREDIET- EN BANKWEZEN EN BELASTINGEN.

Accijns. Besluit betreffende vrijstelling van accijns en invoerrecht op zout voor zgn. liksteenen en voor andere landbouwdoeleinden. (E. V. 3/4/42, pag. 434; Stct. No. 62).

Wijziging Bankwet 1937. Besluit inzake een wijziging van de dekkingsvoorschriften, waarbij de verplichte dekking behalve uit munt en muntmateriaal, thans ook kan bestaan uit saldo's bij banken in het buitenland of buitenlands betaalbare chèques, wisselbrieven, ander handelspapier en schatkistpapier. (E.V. 10/4/42, pag. 462; Stct. No. 62).

Verantwoordelijk voor den geheelen inhoud: Drs. M. F. J. Cool, Rotterdam; Uitgever tevens drukker: H. A. M. Roelants, Schiedam, K 2193.

STATISTIEKEN.

DE NEDERLANDSCHE BANK.

Verkorte balans op 27 April 1942.

Activa.	
Binnenl. Wissels, Promessen, enz.	f 210.000.000
Hfdbank	f 210.000.000
Bijbank	—
Agentsch.	4.299
Papier op het buitenland	f 933.969.660
Af: Verkocht maar voor de Bank nog niet afgelopen	—
Beleeningen incl. voorschotten in rekening-courant op onderpand	f 933.969.660
Hfdbank	f 135.400.856
Bijbank	1.753.225
Agentsch.	15.570.789
Op Effecten enz.	f 152.724.870
Op Goederen en Ceelen	f 152.624.704
	100.166
Voorschotten aan het Rijk	152.724.870
Munt en muntmateriaal:	15.000.000
Gouden munt en gouden muntmateriaal	f 958.396.423
Zilveren munt, enz.	7.943.265
Belegging van kapitaal, reserves en pensioenfondsen	966.339.688
Gebouwen en meubelen der Bank	53.656.134
Diverse rekeningen	4.000.000
	175.975.588
	f 2.511.670.239
Passiva.	
Kapitaal	f 20.000.000
Reservefondsen	5.368.354
Bijzondere reserves	16.583.835
Pensioenfondsen	11.719.586
Bankbiljetten in omloop	2.251.233.125
Banksignatiën in omloop	25.825
Rek.-Courant	f
Van het Rijk	f
saldo's	197.850.275
Van anderen	197.850.275
Diverse rekeningen	8.889.239
	f 2.511.670.239

Beschikbaar dekkingsaldo	f 999.069.974
Minder bedrag aan bankbiljetten in omloop dan waartoe de bank gerechtigd is	2.497.674.935
Schatkistpapier, rechtstreeks bij de bank ondergebracht	209.000.000
Waaraan aan Nederlandsch-Indië (Wet van 15 Maart 1933, Staatsblad No. 99)	55.341.825

Voornaamste posten in duizenden guldens.

Data	Gouden munt en muntmater.	Circulatie	Andere opeischb. schulden	Beschikb. dekkings-saldo	Dekkings-perc.
27 April '42	958.396	2.251.233	197.876	999.070	39,5
20 " '42	958.358	2.226.344	166.836	989.237	40
13 " '42	958.312	2.219.526	177.740	966.759	40
6 Mei '40	1.160.282	1.158.613	255.183	607.042	83

Data	Totaal bedrag disconto's	Schatkist-prom. rechtstr.	Beleeningen	Papier op het buitl.	Div. reken. (act.)
27 April '42	210.004	209.000	152.725	933.970	175.976
20 " '42	192.803	190.000	149.824	909.402	167.642
13 " '42	222.801	220.000	154.183	895.385	163.448
6 Mei '40	9.853	—	217.726	750	120.648

DUITSCHER RIJKSBANK.

(in mill. R.M.)

Data	Goud en deviezen	Renten-bank-scheine	Andere wissels, chèques en schatkistpapier	Beleeningen
15 April 1942	77,1	328,3	21.093,1	22,1
7 " 1942	76,9	292,0	21.693,2	19,5
31 Maart 1942	77,1	313,0	21.673,4	22,8
23 Aug. 1939	77,0	27,2	8.140,0	22,2

Data	Effecten	Diverse Activa	Circulatie	Rehg.-Crl.	Diverse Passiva
15 April '42	47,1	1.091,6	19.223,1	2.583,6	357,8
7 " '42	54,1	1.213,0	19.789,6	2.707,6	337,8
31 Maart '42	71,9	1.269,1	19.773,9	2.761,9	394,2
23 Aug. '39	982,6	1.380,5	8.709,8	1.195,4	454,8

GEZAMENLIJKE STATEN VAN DE NATIONALE BANK VAN BELGIË EN VAN DE EMISSIEBANK TE BRUSSEL.

(in mill. Francs)

Data	Goud, specie, deviezen en Reiskrediet-kassen	Crediet a. h. particuliere bedrijfsleven	Crediet aan Staat en openbare lichamen	Overheidsfondsen	Circulatie	Postcheque-ambt	Rekening-Courant
16 Apr. '42	37.296	815	21.265	1.905	53.234	3.879	3.424
9 " '42	37.063	816	21.113	1.941	53.096	3.809	3.225
1 " '42	36.931	822	20.362	1.963	52.549	3.848	2.940
26 Mrt. '42	36.821	819	20.312	1.996	51.939	3.800	3.468
12 " '42	35.900	828	20.339	2.013	51.423	3.820	3.096
8 Mei '40	23.606	5.394	695	1.480	29.806	—	909

Alfabetische Index Overheidsmaatregelen op Economisch gebied

(Zie voor den alfabetischen index Overheidsmaatregelen in 1941 het Jaarregister 1941, laatste bladzijde.)

	Blz.		Blz.
Aardappelen	33, 47	Pluimveehouderij	165
Aardolieproducten	102	Postverkeer	59
Accijns	33, 185, 195	Prijnsregeling	47, 58, 75, 101, 113, 123, 155, 165, 185
Alval	165	Radio	47
Arbeidszaken	113, 189	Registratierechten	59
Bank- en Creditwezen	33, 195	Restaurants	75
Bankwet 1937	195	Rijwielen	47, 123
Bedrijfsvorm	59	Rubber	113, 123
Bedrijfsorganisatie Vee en Vleesch	59	Slachtvee	33, 59, 67
Belastingen	33, 59	Smeerolie	102
Bindtouw	33	Spaar- en betaalregelkasbedrijf	102
Binnenscheepvaart	59, 156	Sperrijden Kleinbedrijf	75, 123
Bloemkweekerij	155	Surrogaten	155
Boschbouw	185	Tabak	47, 58, 113, 195
Bouwnijverheid	47, 58, 113	Textiel	102
Buitenlandsche Handel	47, 59, 75, 101, 113, 155	Tuinbouw	33, 59, 102
Chemische Industrie	58, 184	Turf	59
Deviezenverkeer	33, 59, 167	Tweelandsorganisaties	59
Diamant	113	Uien	33
Dividendbeperking	59	Varkens	59
Drankwet	58	Vee	67, 165, 185, 195
Economische Sancties	194	Veenproducten	113
Electrotechnische Industrie	58	Veevoeder	47, 102
Fruit	59	Verf en -grondstoffen	102, 165
Garnalen	123	Vervoerswezen	59, 102, 165
Gevogelte	47	Vestigingseischen	102
Grafische Industrie	58, 75, 194	Visscherij	33, 47, 59, 102, 123
Grasland	33, 67, 85, 155	Vlas	59, 75
Groenten	33, 155	Vleesch	59, 165, 185
Kaas	75	Voedselvoorziening	33, 47, 59, 75, 123, 155, 185
Kamers van Koophandel	47, 184	Wijnbelasting	33
Kantoor machines	156	Zaden	47, 59, 102, 123, 156, 195
Kapok	101, 165	Zuidvruchten	195
Keramische Industrie	58, 194		
Kunstmest	59		
Kweekerij	59		
Landbouw	33, 47, 59, 67, 75, 85, 93, 102, 155, 165, 195		
Landstand, Nederlandsche	33, 102		
Leeningfonds 1940	102		
Meel en -producten	101, 195		
Melk en -producten	33		
Merkengeld	113		
Metalen	47, 58, 75, 155, 184, 195		
Middenstand	195		
Motorbrandstof	58, 165		
Nationale Plan	101		
Nederlandsche Coöperatieve Raad	194		
Nicotine	102		
Oljen en vetten	102, 195		
Omzetbelasting	59, 102		
Oorlogsschade	123, 184, 195		
Organisatie Bedrijfsleven	47, 102, 113, 123, 165, 195		
Pacht	67, 102, 123, 165		
Papier	58, 102, 195		
Pelletterijen	58		
Pensionbedrijven	58		

Economische aspecten der internationale migratie

door

Dr. A. Winsemius

29e Publicatie van
het Nederlandsch
Econom. Instituut

Prijs f 2.10*

(Prijs voor donateurs en
leden van het N.E.I. f 1.50)

Verkrijgbaar in den boekhandel

Uitgave.:

De Erven F. Bohn N.V. - Haarlem

Overzicht van de ontwikkeling der handelspolitiek van het Koninkrijk der Nederlanden van 1923 t/m. 1938

(Samengesteld door een groep medewerkers van het N. E. I., onder leiding van Prof. Mr. P. Lieftinck)

28e publicatie van het Nederl. Econom. Instituut

Prijs f 2.10*

(Prijs voor donateurs en leden van het N. E. I.
1.50) Verkrijgbaar in den boekhandel

U I T G A V E :

DE ERVEN F. BOHN N.V., HAARLEM